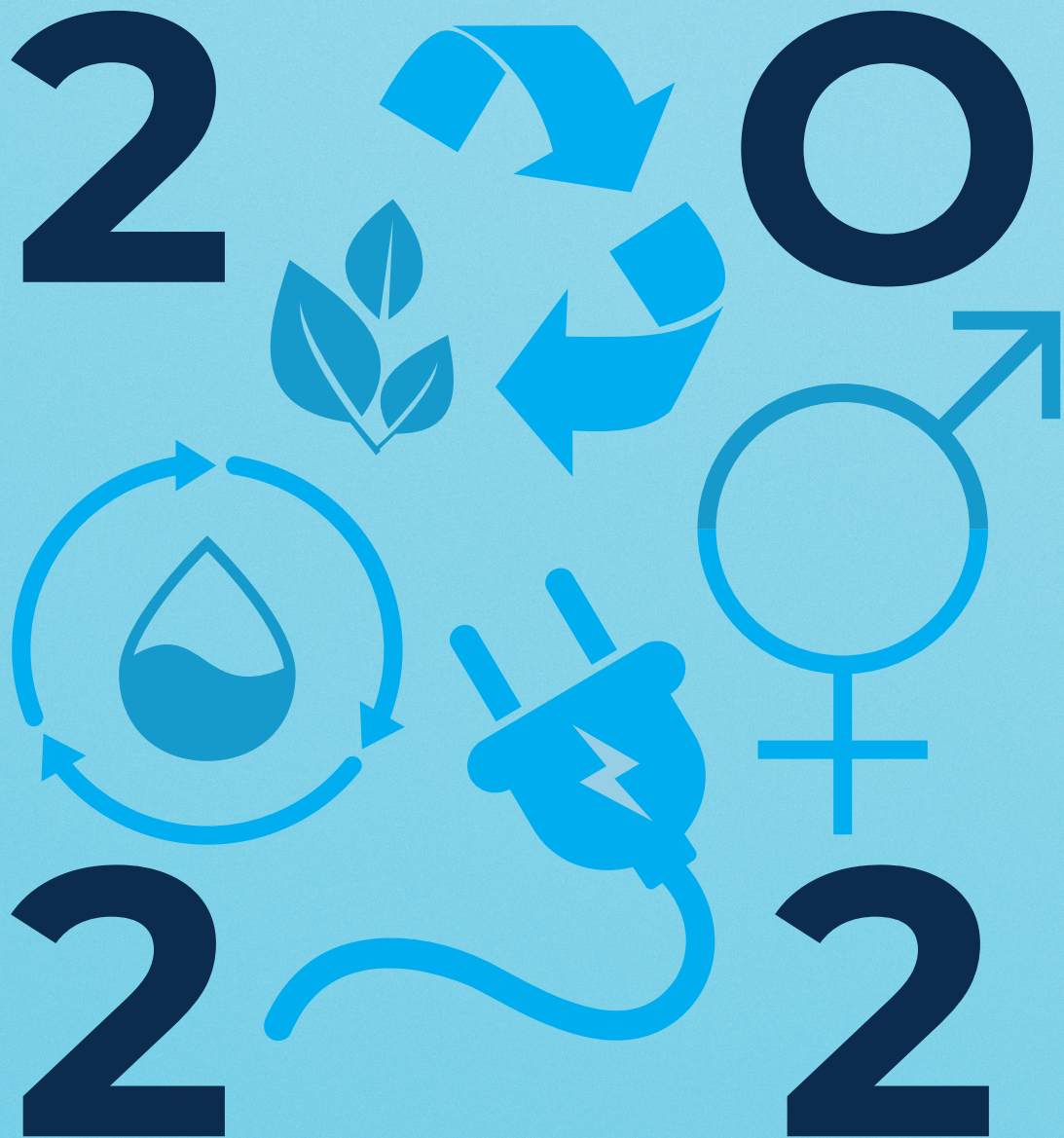




INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE EMPRESA DE



NUESTRA VISIÓN

Ser el **campeón europeo** de la **droguería responsable** y de calidad

.....

NUESTRA MISIÓN

Satisfacer a los consumidores más exigentes proponiéndoles las soluciones más eficaces, innovadoras y respetuosas para embellecer, sanear, proteger y renovar sus hogares, garantizando al mismo tiempo un crecimiento rentable para nuestros clientes y nuestras marcas.

.....

NUESTROS VALORES

Dedicación, éxito colectivo, humildad, estimulación positiva, responsabilidad.

.....

NUESTRAS CIFRAS CLAVE

+ de **75 años** de existencia
10 marcas
478 colaboradores
4 centros de producción
3250 referencias
Presente en **45** países



Editorial

Desde la creación de nuestra empresa, nuestra razón de ser es ofrecer las soluciones más eficaces e innovadoras para embellecer, sanear, proteger y renovar las viviendas. Hoy más que nunca, nuestro deseo es cumplir esta misión con la voluntad de respetar a las personas y al planeta.

Hacedos años, nos fijamos unos objetivos muy ambiciosos para el 2025: reducir a la mitad nuestra huella medioambiental, duplicar la facturación por la venta de nuestros productos ecocertificados y obtener la certificación Great Place To Work.

En el 2022, hemos logrado avances concretos en cada uno de estos objetivos. Gracias a un trabajo de análisis profundo para cuantificar nuestra huella y al balance de carbono realizado, ahora sabemos exactamente en qué ámbitos actuar con prioridad. Hemos definido planes de acción específicos que compartimos con nuestros colaboradores, proveedores y clientes, porque tenemos que enfrentar juntos el desafío medioambiental que se nos presenta. También hemos analizado el ciclo de vida de nuestros productos para desarrollar soluciones cada vez más sostenibles. Este informe nos permite descubrir numerosos ejemplos de acciones concretas mediante las cuales hemos obtenido resultados tangibles

para reducir nuestro impacto sobre el medio ambiente.

Asimismo hemos trabajado con nuestros socios y accionistas para establecer un mecanismo de reparto de valor a través de un plan de asignación de acciones gratuitas al conjunto de nuestros colaboradores, convirtiéndonos de esta forma en una de las primeras empresas francesas que asume un tal compromiso con sus empleados.

Estos avances tan importantes para nuestro Grupo han sido posibles gracias al compromiso de todos nuestros colaboradores a los que quiero agradecer sinceramente. La RSE está ahora integrada en cada una de nuestras acciones, y nuestros compromisos son conocidos de todos los colaboradores, sea cual sea su puesto y el país donde trabaje. Actualmente, la RSE forma verdaderamente parte de nuestra cultura de empresa, compartida por todos.

El 2023 será un nuevo año de retos para nuestro Grupo y me comprometo, junto al equipo de dirección, a hacer todo lo necesario para que el proyecto de empresa que llevamos a cabo entre todos sea una fuente de orgullo y realización para nuestros equipos y para que, juntos, logremos nuestra ambición: hacer de Altaïr la referencia ineludible de la droguería responsable en Europa.

Étienne **SACILOTTO**,
Presidente del **Grupo Altaïr**

ÍNDICE

→ **Reducir a la mitad nuestra huella medioambiental**

→ **x2 la facturación generada por la venta de productos ecocertificados**

→ **Obtener la certificación Great Place To Work**

COMPROMETERSE CON EL PLANETA (P6) OPTIMIZAR EL USO DE LOS RECURSOS

- 1 → Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero
- 2 → Optimizar nuestro uso del agua
- 3 → Actuar sobre nuestro consumo energético
- 4 → Reducir y valorizar nuestros residuos de fabricación

COMPROMETERSE CON NUESTROS CONSUMIDORES (P22) MEJORAR EL PERFIL ECO-RESPONSABLE DE NUESTROS PRODUCTOS

- 1 → Fomentar las compras responsables y los circuitos cortos
- 2 → Desarrollar productos certificados sostenibles
- 3 → Prohibir las sustancias nocivas
- 4 → Fomentar un consumo responsable

COMPROMETERSE CON NUESTROS COLABORADORES (P36) ACTUAR PARA UN MAYOR BIENESTAR EN EL TRABAJO

- 1 → Hacer que nuestra empresa sea accesible para todos
- 2 → Mejorar la calidad de vida en el trabajo
- 3 → Proteger a nuestros equipos
- 4 → Desarrollar las aptitudes de nuestros colaboradores

COMPROMETERSE CON LAS ASOCIACIONES (P48)

HOJA DE RUTA 2022 - 2025 (P52)

EL ORGULLO de nuestros directores



Stanislas **BAUDRY**
DIRECTOR GENERAL
BU BRUNEL

En el 2022, nuestros compromisos de RSE se han materializado en acciones concretas. Quiero señalar algunos hechos destacados: la conversión de parte de nuestros bidones en plástico reciclado, lo que nos ha permitido ahorrar casi 240 toneladas de plástico virgen. Nuestro compromiso para fomentar soluciones más ecológicas que se ha traducido por el éxito del (re)lanzamiento de la gama Soluvert. Nuestras asociaciones renovadas con The SeaCleaners y Ecotree, que nos permiten hacer realidad nuestras acciones a favor del planeta. Estos compromisos, que tanto nos importan, encuentran eco en nuestros clientes, en nuestros consumidores y, sobre todo, en nuestros equipos, que se han vuelto a movilizar significativamente este año.



Anibal **AYALA VIEGAS**
DIRECTOR GENERAL
BU OROBRANDS

Uno de los mayores logros del 2022 es que la RSE está ahora integrada como un auténtico criterio de decisión en cada una de las acciones cotidianas del equipo de Oro Brands, y esto desde el comienzo de cada proyecto o iniciativa, con el fin de maximizar los resultados. Esto nos ha permitido alcanzar este año un impacto cero de carbono en nuestro consumo de energía. También nos estamos preparando para incluir entre un 25% y un 100% de plástico reciclado en todos nuestros productos que utilizan este material en su embalaje. Yo lo considero como una revolución creciente y nuestros colaboradores son la clave para aportarnos las iniciativas y las ideas que reforzarán nuestra responsabilidad social.



François-Xavier **APOSTOLO**
DIRECTOR GENERAL
BU HARRIS-BRIOCHIN

La RSE está grabada en nuestro ADN en Briochin. No por oportunismo o comunicación, sino porque los compromisos medioambientales y sociales son auténticos puntos de diferenciación que pretendemos reforzar en todas las interacciones con nuestros consumidores. Algunos ejemplos para 2022: menos agua consumida con el lanzamiento de las dosis solubles, menos plástico con la retirada de nuestros tapones de las recargas para lavavajillas, menos envases con las cajas minimalistas de nuestras dosis de detergente. Todo esto son sólo algunos ejemplos que se multiplicarán en el 2023.



Armel **DELEBARRE-DEBA**
DIRECTOR GENERAL
BU ALTAIR EAST

Este año hemos hecho hincapié en el desarrollo de las aptitudes de nuestro equipo que hacen posible el éxito de nuestra empresa. Nuestros directivos han participado en la formación "Manager's Academy", destinada a mejorar sus competencias directivas y relacionales. Se han llevado a cabo muchos otros proyectos medioambientales y sociales como la plantación de 150 árboles (166,50 m² de superficie forestal), la donación de 12 000 € (59.726 pln) a la Fundación Cape of Hope, que apoya a niños con cáncer, y el compromiso con la fundación de uno de nuestros clientes para ayudar a los refugiados de Ucrania a través de la donación de productos. El próximo año, los objetivos mundiales de desarrollo sostenible seguirán siendo parte integrante de nuestra estrategia de empresa.

COMPROMETERSE con el planeta

→ Optimizar el uso
de los recursos



Hugues **DEL PINO**
DIRECTOR DE LA CADENA
DE SUMINISTRO

*Como químicos industriales que somos, sabemos que nuestro impacto sobre el planeta no es neutro. Por ese motivo nos hemos fijado un ambicioso objetivo para el 2025: **reducir a la mitad nuestra huella ambiental.***

*Para lograrlo, hemos cumplido, en el 2022, nuestros compromisos realizando concretamente nuestro **primer balance de carbono a escala de Grupo.** Este balance nos ha permitido ser conscientes de las fases de nuestro ciclo de producción sobre las que debemos actuar de forma prioritaria para reducir eficazmente nuestro impacto medioambiental. Hemos trabajado en **el ecodiseño de nuestros envases con el objetivo***

***de introducir más materiales reciclados** y reducir así nuestro consumo de combustibles fósiles. Hemos invertido en nuestros centros de producción para **modernizar nuestras instalaciones,** ganar en precisión y dominar cada vez mejor el riesgo industrial ligado a nuestra actividad. También hemos trabajado en **la optimización de nuestro consumo energético** invirtiendo en electricidad verde y tomando medidas concretas a favor de la sobriedad energética.*

En el 2023, seguiremos apostando por una química más ecológica invirtiendo concretamente en la reducción de nuestro consumo de agua.

.....

Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero



Los gases de efecto invernadero son la causa principal del calentamiento global. Nuestras actividades industriales y comerciales generan volúmenes importantes de estos gases. Para actuar de forma eficaz en limitar al máximo nuestras emisiones, trabajamos en el 2022 en nuestro balance de carbono y también invertimos en diversos proyectos en nuestros centros europeos.

1- Optimizar el transporte de nuestras mercancías

Desde 2019, el centro de Noyelles-lès-Seclin ha asumido un ambicioso programa de reducción de las emisiones de CO₂ de sus actividades de transporte.

Con nuestra adhesión al programa FRET 21 de la ADEME, nos hemos fijado objetivos de reducción de los gases de efecto invernadero emitidos por el transporte de nuestras mercancías. Así, para el año 2021, nuestro consumo asciende a 88,7 g/T/Km, lo que corresponde a una reducción del 4,73% de nuestras emisiones de CO₂.

Para alcanzar estos objetivos, las acciones llevadas a cabo se centran en 3 ejes:

- Mejora de la tasa de carga
- Reducción de las distancias recorridas
- Compras responsables y locales

Estas optimizaciones del transporte también se han realizado en OroBrands. Desde hace 3 años, hemos aumentado el volumen de carga de nuestros camiones de 4,8 toneladas en 2020 a 5,2 toneladas en el 2022, permitiéndonos así reducir considerablemente el número de trayectos y, por tanto, de kilómetros recorridos.



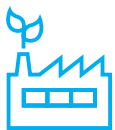
NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

→ Reducir en un **30%** nuestras emisiones de gases de efecto invernadero

→ Reducir en un

20%

nuestras emisiones de CO₂ de nuestras materias primas y envases.



2- Mejorar nuestros sistemas de filtración

Las emisiones al aire de nuestras fábricas son tratadas en torres de filtración que utilizan, por ejemplo, carbón activado virgen.

En las instalaciones de Noyelles lès-Seclin utilizábamos una media de 7 a 8 toneladas de carbón al año, que luego se enviaban a destruir. Desde 2022, los carbones activados utilizados, en lugar de destruirse, se reactivan. Concretamente, los carbones activados sucios se vuelven a procesar para extraer las impurezas y desorber las moléculas procedentes de nuestras emisiones.

Posteriormente, se reactivan haciéndolos pasar por una corriente de aire y vapor de agua para recrear en su superficie millones de nuevas cavidades microscópicas que les devuelven su poder de absorción inicial. El impacto en nuestra huella de carbono es considerable puesto que este nuevo sistema nos permitirá ahorrar 37 toneladas de CO₂ al año.



3-Sustituir nuestros palets por palets de plástico reciclado

Desde octubre, en los centros de Brunel y Sinto hemos sustituido nuestras tradicionales paletas de madera por paletas de plástico reciclado. Este cambio ofrece muchas ventajas. Efectivamente, las paletas de plástico reciclado son:

Más ligeras: una paleta de plástico pesa alrededor de un 30% menos que una de madera, con lo cual se reducen nuestras emisiones de CO₂.

Más resistentes: mientras que una paleta de madera, con el tiempo, se astilla y deteriora, el ciclo de vida útil de una paleta de plástico es hasta 2,5 veces superior.

Más ecológicas: la paleta de plástico está fabricada con materiales 100% reciclados y es también reciclable al final de su vida útil. De este modo evitamos la deforestación y reducimos el volumen de residuos en los vertederos.

¿LO SABÍA?

Los gases de efecto invernadero son componentes gaseosos que absorben la radiación infrarroja emitida por la superficie terrestre contribuyendo así al efecto invernadero. El aumento de su concentración en la atmósfera terrestre es uno de los factores responsables del calentamiento global. El CO₂ es sin duda el principal gas de efecto invernadero, pero existen otros como el metano (CH₄), el óxido nítrico (N₂O) o también los hidrofluorocarbonos (HFC).



ENTREVISTA

Un balance de carbono a escala de Grupo para reducir nuestra huella medioambiental



Séverine **GUILBERT**
DIRECTORA DE NORMATIVA,
CALIDAD Y DESARROLLO
SOSTENIBLE EN BRUNEL

En calidad de industriales, consumimos energía en nuestras líneas de producción, para el transporte de nuestros productos, etc. Y por consiguiente emitimos gases de efecto invernadero a la atmósfera. Para medir con precisión este impacto medioambiental y saber qué medidas aplicar para reducirlo eficazmente, realizamos en el 2022 un balance de carbono para todo el Grupo.

¿Por qué se ha realizado este balance de carbono a nivel de Grupo este año?

Realizamos un primer balance de carbono a escala Brunel en el 2019. Desde la integración de OROBrands y Briochin en 2021, nuestro Grupo se va estructurando progresivamente y nuestro proceso RSE se va armonizando. Los indicadores de medición están todavía en proceso de homogeneización entre cada entidad. Así pues, resultaba difícil realizar un balance completo de

todas las empresas del Grupo antes del 2022.

Este primer balance global es un paso importante que nos permitirá evaluar nuestra trayectoria de emisiones de carbono actual para elaborar a continuación un plan de acción que reduzca nuestro impacto.

¿Cómo se ha llevado a cabo?

Nos acompañó Ekodev, una empresa de servicios y consultoría en materia de desarrollo sostenible desde hace más de 12 años, que realizó una evaluación de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero para toda nuestra actividad, es decir:

- **Actividades de la empresa (por ej., el consumo de energía para la producción)**
- **Actividades previas (por ej., la compra y entrega de materias primas)**
- **Actividades posteriores (por ej. entregas a comercios)**

Seguidamente, movilizamos a las personas involucradas en la recogida de datos para

dar sentido a este proceso y compartir expectativas.

¿Cuáles son las principales enseñanzas y el plan de acción a seguir?

Gracias a este balance, hemos podido calcular con precisión las emisiones de carbono de nuestro grupo, ya sea para su funcionamiento interno como para su propia actividad. Nos hemos enterado de que el impacto de nuestros productos representa el 93% del impacto total del grupo. Se incluyen aquí todas las emisiones específicas de la actividad de producción, es decir, el transporte de mercancías, la producción de los materiales utilizados o también el reciclado de envases de los productos vendidos. Gracias a este análisis, podremos elaborar nuestro plan de acción y nuestra trayectoria de emisiones de carbono centrándonos especialmente en los focos de emisión de mayor impacto.

Optimizar nuestro uso del agua

El agua es el recurso natural más utilizado en la industria, y nosotros no somos la excepción a la regla. La formulación de nuestros productos, las diluciones, los aclarados de la cadena de producción... todas estas fases son esenciales para nuestra actividad. Conscientes de esta realidad, llevamos años trabajando para reducir nuestro consumo de agua invirtiendo en nuestros centros de producción, trabajando en I+D en fórmulas más concentradas, reutilizando el agua o adaptando nuestros formatos...

1- Reducir nuestro consumo de agua

El agua es el recurso natural que más utilizamos, ya sea para fabricar nuestras fórmulas o para aclarar la cadena de producción.

Es por ello que nos comprometemos a optimizar nuestros ciclos de producción para reducir los aclarados de nuestras máquinas.

Estamos realizando obras de renovación en nuestros centros de producción en este sentido.

2- Aumentar la concentración de nuestras fórmulas

Aumentamos la concentración de nuestras fórmulas para reducir el volumen de agua necesario para su uso.

En Oro Brands, hemos llevado a cabo un proyecto para aumentar la concentración de las gamas de detergentes. En el 2022, ahorramos

de esta forma un 33% de agua utilizada por tonelada de producto fabricado en nuestro centro español gracias a esta operación.



NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

→ Reducir el consumo de agua en nuestras producciones en un

25%



3- Instalar una estación de depuración in situ

Nuestra actividad como químicos industriales requiere un control muy estricto de nuestros vertidos.

Así por ejemplo, el agua de limpieza y aclarado de nuestras cubas era recogida y transportada en camión a centros de tratamiento específicos, fuera de nuestras plantas. Para limitar el transporte y el riesgo inherente al mismo, estamos realizando un estudio para instalar una estación depuradora

en nuestro centro de Noyelles-lès-Seclin (Francia - 59). De este modo, las aguas residuales industriales serán tratadas directamente in situ y vertidas en función de las autorizaciones. Nuestro objetivo final es reintegrar estas aguas tratadas a nuestro proceso de fabricación.

¿LO SABÍA?

Una estación depuradora de aguas residuales, comúnmente llamada EDAR, está diseñada para depurar el agua y limitar el aporte excesivo de material químico, orgánico y mineral al medio ambiente.



ENTREVISTA

Una nueva gama detergentes concentrados



Vicente PEREZ GARRIDO
JEFE DE PRODUCTOS EN OROBRANDS

¿Por qué ha decidido aumentar la concentración de los detergentes de la marca Oro?

El actual contexto económico obliga a los consumidores a prestar mayor atención a la dosificación y al número de lavados de los detergentes que compran. Además, trabajar en el aumento de la concentración nos permite reducir nuestro consumo, transportar menos agua y reducir así nuestra huella de CO₂. Por todo ello, decidimos revisar nuestras gamas de productos. Actualmente, la gama Active propone además de un nuevo envase y un nuevo diseño, una concentración más elevada.

¿Cuáles son los resultados en términos de eficacia y ahorro de agua?

En la nueva gama Active, hemos conservado el formato 4L pero hemos conseguido pasar de 54 a 60 lavados, mientras que para el formato 3L hemos adoptado el formato 2,6L manteniendo los 40 lavados.

¿Cómo ha tenido lugar esta evolución? ¿Trabajó al 100% con la I+D interna o también con otros socios...?

La evolución fue rápida porque trabajamos directamente con nuestros colegas de I+D sobre nuestras propias fórmulas. Una vez que definimos con claridad el volumen del nuevo envase, solo tardamos unas semanas en concretar las nuevas fórmulas.



Actuar sobre nuestro consumo energético

En el 2022, la actualidad internacional ha puesto el foco en la transición energética. Las empresas han sido invitadas a una mayor sobriedad energética, y lo mismo para los particulares. Nuestro Grupo viene apostando desde hace tiempo por esta transición hacia un consumo más racional y razonable de la energía. Ya sea en nuestros contratos de electricidad o en nuestros procesamientos, nos esforzamos a diario por reducir nuestro consumo energético.

1- Validar los contratos de energía verde

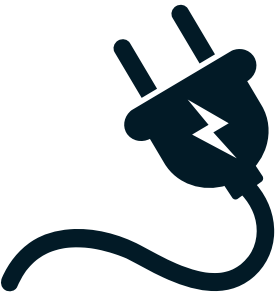
Para nosotros, utilizar una electricidad más sostenible se ha convertido en un hábito. Nuestras plantas cambiaron toda su iluminación a LED en el 2022. El resultado: hasta un 60%

de ahorro de energía en algunas zonas. Paralelamente, hemos firmado contratos de electricidad verde con nuestros proveedores de energía en la mayoría de nuestros centros.

2- Instalar paneles solares en nuestros centros

Para participar en los objetivos mundiales de neutralidad de carbono, el grupo estudia el proyecto de instalación de paneles solares en todos sus centros industriales. Nuestro centro español ha sido el primero en

comprometerse en este sentido instalando 1 200 paneles fotovoltaicos, es decir, 2 400 m² de cobertura. Esta instalación contribuirá a lograr que este centro sea neutro en emisiones de CO₂ para el año 2022.



NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

→ Cambiar a un consumo de electricidad

100%
verde



3- Optimizar los procesos de fin de línea de fabricación

Para reducir el consumo eléctrico de nuestras producciones, prestamos una atención especial al control y la

capacidad de nuestra maquinaria con el fin de calibrar lo mejor posible las necesidades con la demanda.



4- Pasar toda nuestra flota de vehículos a energía eléctrica o híbrida

A partir de este año, sustituiremos todos nuestros vehículos diésel al final de su contrato por modelos menos contaminantes. Nuestro objetivo es que la mayoría de nuestros vehículos emitan en un futuro menos de 50 g de CO₂ por

cada 100 km. En el centro español, para fomentar la movilidad responsable, hemos instalado puntos de conexión eléctrica, así como aparcamientos para bicicletas y patinetes eléctricos.

→ En el 2022

80%

de nuestros centros habrán suscrito contratos de electricidad procedente de fuentes de energía renovables.

→ En el 2022

38%

de la energía del centro de Oro Brands procede de paneles solares instalados in situ.

¿LO SABÍA?

Las energías renovables son energías de origen natural. Estas fuentes pueden ser diversas: alimentadas por el sol, el viento, el calor de la tierra, las cascadas, las mareas... Optando por una electricidad verde, nos comprometemos con un consumo más respetuoso con el medio ambiente, puesto que esta energía utiliza fuentes naturales e inagotables. Además, su consumo genera pocos gases de efecto invernadero y residuos contaminantes. Se diferencian claramente de los combustibles fósiles, contaminantes y cada vez más escasos.



Un plan de sobriedad energética para el grupo

Reducir nuestro consumo de energía es para nosotros una prioridad desde hace varios años. Así, para avanzar aún más en este año de restricciones y cumplir con nuestra parte, hemos redactado un plan de sobriedad a nivel de Grupo. ¿El objetivo? Estructurar mejor nuestras acciones en los distintos centros para ser más eficaces.

EN NUESTROS CENTROS DE PRODUCCIÓN

Nuestras plantas son los lugares donde consumimos más energía, pero también es ahí donde tenemos un mayor margen de actuación. Por ello, hemos emprendido varios proyectos en el 2022.

→ Realizar auditorías energéticas

Hemos lanzado un gran proceso de auditoría energética en todos nuestros centros industriales. El objetivo de estas auditorías es hacer balance de nuestro consumo y determinar las principales medidas de actuación posibles.

→ Sustituir los electrodomésticos energívoros

Hemos sustituido los radiadores eléctricos de alto consumo energético por otras tecnologías (bomba de calor, fluido térmico, etc.), y cada vez

que invertimos en un nuevo electrodoméstico, prestamos una atención especial en minimizar el consumo de energía asociado a su uso.

→ Instalar LED y detectores de presencia

Hemos cambiado todos nuestros sistemas de iluminación para instalar LEDs de bajo consumo energético así como detectores de presencia para limitar las luces innecesarias.

→ Optimizar el uso de la calefacción y el aire acondicionado

Hemos implantado normas de uso y sistemas de limitación de nuestros aparatos de aire acondicionado (diferencia máxima de 5 °C con la temperatura exterior) y de nuestras calefacciones (limitar la temperatura de calefacción a 18 °C y apagarla de 19.00 a 7.00 horas de lunes a viernes, y a 10 °C los sábados y domingos.).

→ Modificar los horarios de actividades

En el último trimestre de 2022, hemos modificado los horarios de algunos equipos y de la organización para limitar nuestro consumo en producción (cambio a turnos simples).

EN NUESTRAS OFICINAS

En nuestras instalaciones administrativas también hemos implantado algunas reglas para limitar nuestro consumo:

→ Optimizar nuestro uso de la calefacción

Al igual que en nuestros centros de producción, la calefacción también está controlada en nuestras oficinas: 19 °C en horario laboral entre semana, 10 °C por la noche y apagada los fines de semana.

→ Sentido común en nuestros desplazamientos

Favorecemos las reuniones a distancia siempre que es posible y cuando viajamos trayectos largos preferimos siempre el tren al avión... En Brunel, hemos firmado acuerdos relativos al Programa de Movilidad Sostenible: la empresa se ha comprometido a indemnizar a los empleados que utilicen un medio de transporte más ecológico para llegar a su lugar de trabajo. Se concede así una ayuda a quienes se desplacen en bicicleta o compartan coche.

→ Formación y educación

Hemos organizado sesiones de sensibilización de los empleados sobre la conservación de la energía (exposición y difusión de buenas prácticas), así como talleres de brainstorming para generar nuevas ideas.

PARA NUESTROS CONSUMIDORES

Para llegar aún más lejos, también hemos querido involucrar a nuestros consumidores junto a nosotros por medio de campañas de sensibilización:

→ Realizar una campaña de comunicación con la prensa

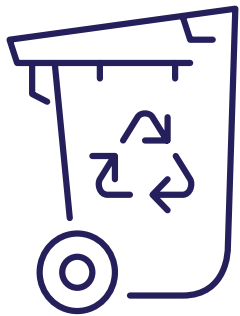
Para nuestros detergentes Briochin,

lanzamos en noviembre de 2022 una campaña de prensa para que calara en los consumidores. Se divulgaron mensajes clave como:

¿Un aumento en la factura de la luz? ¡Sea inteligente y ponga la lavadora a 20°!

Nuevas fórmulas Briochin siempre 95% naturales y siempre eficaces a partir de 20°.

Reducir y valorizar nuestros residuos de fabricación



La valorización de los residuos es fundamental para limitar nuestro impacto en el medio ambiente y preservar los recursos naturales. Sabemos que, como empresa industrial, producimos grandes cantidades de residuos. Todos los días actuamos de forma activa para limitar el volumen los mismos, adaptando nuestros procesos, invirtiendo en nuestros centros y optimizando el reciclaje de ciertas materias procedentes de nuestra producción.



1- Reducir nuestro volumen de residuos

Para limitar nuestro volumen de residuos, hemos realizado un análisis global de los mismos con el objetivo de determinar cuáles de qué fuentes proceden principalmente y poder aplicar las medidas correctivas oportunas. Así, en Brunel hemos automatizado nuestras cubas de fabricación en Noyelles les Seclin (Francia-59) y nuestras líneas de masilla en Aubagne (Francia-13) para reducir las disconformidades y, por tanto, los

residuos. El parque de maquinaria de OroBrands, en España, es revisado y renovado periódicamente para ser cada vez más eficiente y evitar errores que den lugar a disconformidades. Se han añadido básculas de control en la cadena de producción y algunos procesos han sido optimizados (aclarado de contenedores, seguimiento de las DLC -o fecha de caducidad de materias primas- y productos acabados...)



2- Reducir nuestro volumen de envases

Llevamos años adoptando medidas para reducir nuestro volumen de envases. Todas nuestras marcas se han comprometido en este sentido. Por ejemplo, en España nuestra marca Oro, implicada en el proyecto "OroGreen", destinado a mejorar la sostenibilidad de nuestros productos, ha cambiado los tapones de sus detergentes. Esto le ha permitido

un ahorro de 4 g por tapón, lo que supone una reducción de casi 35 toneladas de plástico al año. Por su parte, Sinto modificará en 2023 las tapas de todos sus envases de masillas y selladores de 170, 500 y 1000 ml, cambiando su composición a 60% de fibras naturales y 40% de plástico reciclado. Esta optimización permitirá ahorrar 6 toneladas de plástico virgen cada año.



→ En 2022, reducción de **44 toneladas** de nuestros residuos

→ En 2022, valorisation de **33%** nos déchets

NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

→ Reducir un **15%** todos los residuos de fabricación

→ Lograr el **50%** de nuestros residuos valorizados



3- Eliminar los materiales vírgenes o inútiles de nuestros envases

Son varios los proyectos que nos están permitiendo hacer más responsable nuestro sistema de envasado o eliminar materiales inútiles. Así por ejemplo, el cartón blanco de las cajas que contienen algunos productos acabados de Kapo será

sustituido por cartón reciclado en octubre 2022. Aparte de conseguir que el cartón sea reciclable y reciclado, esta acción permitirá evitar los tratamientos químicos para 2 toneladas de cartón al año.



ENTREVISTA

El reciclaje del papel cristal, un proyecto ecológico y social

Para poder intervenir sobre un residuo que se produce en grandes cantidades en nuestro grupo, hemos trabajado en la recuperación del papel de cristal o glassine, esos "papeles siliconados" o "papeles soporte" sobre los que se distribuyen nuestras etiquetas.

Entrevista con Claire Tellier, Directora de Garantía, Calidad y Desarrollo Sostenible en Brunel, y Géraldine Bernard, Directora de Calidad en Briochin, impulsoras de este proyecto de gran magnitud.

¿Cómo se le ocurrió esta idea de reciclar el papel cristal?

Fue al ver la gran cantidad de papel cristal que se desechaba a diario en nuestro centro de Noyelles les Seclin (Francia - 59), cuando me planteé la posibilidad de reciclarlo. En efecto, nuestro deseo es reciclar al máximo nuestros residuos, y entre ellos se encuentra el papel cristal. La empresa Soprema, empresa especializada en el aislamiento de edificios, se puso en contacto conmigo ofreciéndose para transformar nuestro papel cristal en aislante.

¿Cómo habéis logrado reciclarlo y en qué se ha convertido?

Con mis colegas Guillaume y Emmanuel, estudiamos el proceso propuesto por Soprema para ver si era asumible por los equipos de envasado y logística. Se elaboró un instructivo de trabajo para



Claire **THELLIER**
DIRECTORA DE GARANTÍA, CALIDAD Y DESARROLLO SOSTENIBLE EN BRUNEL



Géraldine **BERNARD**
RESPONSABLE DE CALIDAD EN BRIOCHIN

explicar este proyecto a los equipos y ajustarse al pliego de condiciones de Soprema. Tras algunas pruebas en nuestras líneas de producción el 22 de julio, lanzamos definitivamente el proyecto. Actualmente, nuestro papel cristal es recogido y procesado para ser transformado en guata de celulosa, un aislante de base biológica destinado al aislamiento de desvanes, attillos, etc.



¿En qué se convierte el papel cristal procedente de las etiquetas en Briochin?

Trabajamos con un proveedor de servicios, Valopteam. Desde finales del 2021, recolectamos los rollos de papel cristal en contenedores específicos y los enviamos a un operador que los recicla para fabricar papel cristal o papel nuevo. ¡Se cierra así el círculo!

Además de permitir el reciclaje, ¿es este proyecto de valorización del papel cristal también un proyecto social?

Efectivamente, este papel cristal es reciclado por una asociación de reinserción por medio del empleo (Ateliers des vallées Ardres et Vesle).

Esta asociación permite a las personas sin empleo o con dificultades sociales y profesionales acceder a un empleo mediante la formación y la reinserción por medio de la actividad económica.

COMPROMETERSE con nuestros consumidores

→ Mejorar el perfil eco-responsable
de nuestros productos



Oriane **PERREAUX**
DIRECTORA EJECUTIVA
DE CRECIMIENTO Y
DESARROLLO SOSTENIBLE

Desde la creación de nuestro Grupo, hace más de 60 años, actuamos para embellecer, sanear, proteger y renovar los hogares y cumplimos esta misión con un leitmotiv constante: **respetar el planeta y sus habitantes mejorando el perfil medioambiental de nuestros productos.**

Para ello, trabajamos en varios frentes, como **la obtención de etiquetas** entre las más exigentes del mercado, la formalización **de compromisos reales y concretos por parte de nuestros proveedores**, la introducción de **materiales reciclados en nuestros envases** y el desarrollo de fórmulas tan eficaces como siempre

pero más respetuosas con el planeta y más seguras para los consumidores.

En el 2022, hemos ido más lejos aún, no sólo acelerando el lanzamiento de gamas y soluciones más responsables, sino también iniciando un **proceso de análisis del ciclo de vida** de nuestros productos para comprender mejor su impacto concreto en el medio ambiente, y poder así innovar hacia soluciones cada vez más sostenibles. En 2023, seguiremos **desarrollando este proceso y formando a nuestros equipos** en esta materia, siempre con el objetivo final de reducir aún más el impacto de nuestros productos sobre el planeta.

.....

Fomentar las compras responsables y los circuitos cortos



Consumimos grandes cantidades de materias primas, ya sea para nuestros productos o para nuestros envases. Conscientes de nuestro impacto, tanto a nivel ecológico como social, nos comprometemos a trabajar en estrecha colaboración con nuestros proveedores en pro de compras más responsables: carta/normativa de compras, producción en circuitos cortos, uso de ingredientes más sostenibles, optimización de nuestras fórmulas, etc. Acciones todas ellas que llevamos a cabo desde hace varios años y que hemos intensificado en el 2022.



1- Comprometerse con una Carta de Compras Responsables

En 2021, redactamos una Carta de Compras Responsables. ¿El objetivo? Asegurarnos de trabajar con proveedores comprometidos con un proceder social y medioambiental virtuoso y que compartan nuestros valores.

En el 2022, el 10% de nuestros proveedores firmaron nuestra carta comprometiéndose así a respetar los principios del Pacto Mundial de la ONU y los Convenios de la Organización Internacional del Trabajo. También se comprometen a difundir esta Carta entre sus

subcontratistas y proveedores. Para ir más lejos, hemos trazado un plan de vigilancia con el fin de para mapear a nuestros proveedores según los riesgos de RSE (riesgos medioambientales, sociales y económicos).

10%

de nuestros proveedores han firmado nuestra Carta de Compras



2- Comprar en Francia

El "Made in France" es uno de los criterios de selección de nuestros proveedores que intentamos respetar siempre que sea posible.

¿El objetivo? favorecer el desarrollo de la economía local y limitar el número de kilómetros recorridos por nuestras materias primas. Un ejemplo de nuestro compromiso: hemos señalado los pasillos y estantes para informar a nuestros consumidores del origen francés de nuestros productos.

Por ejemplo

→ Briochin trabaja desde hace años con dos proveedores del Oeste de Francia para sus envases de plástico HDPE y para sus etiquetas



40%

de las materias primas de origen francés

(para los BUs franceses)



3- Producir soluciones más seguras para los consumidores

Al hablar de materias primas responsables, incluimos por supuesto la dimensión social y medioambiental, pero también la dimensión de "uso" de nuestros productos por los consumidores.

Por eso, promovemos el uso de materias primas responsables y seguras. Una prueba de nuestro compromiso: OroBrands ha recibido la certificación de la Carta A.I.S.E. y comprueba mensualmente la composición de sus soluciones con arreglo al "OROGreen", una lista de indicadores precisos sobre

residuos, agua, tasa de plástico reciclado y BPO de las siglas inglesas Poorly Biodegradable Organics = Orgánicos poco biodegradables). En el 2022, este dispositivo permitió reducir casi un 5% los BPO en las referencias de la marca ORO.



OroBrands
certificado
A.I.S.E
desde 2018

NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

→ Conseguir que el

40%

de nuestros proveedores firmen nuestra Carta de Compras



¿LO SABÍA?

La Carta o Charter A.I.S.E certifica que la empresa ha implantado medidas para respetar las normas de sostenibilidad en el funcionamiento de la empresa, su proceso de fabricación y sus abastecimientos. Algunos criterios de RSE han aparecido recientemente, como la eliminación de microplásticos, el consumo de agua o la reducción del uso de sustancias orgánicas poco biodegradables.

Desarrollar productos certificados sostenibles



Nuestros consumidores son exigentes y comprometidos, y también lo somos nosotros. Por eso, colaboramos a diario con socios expertos para desarrollar fórmulas certificadas y además, nos proponemos obtener las etiquetas más exigentes en cuanto a prácticas medioambientales: Ecocert y Ecolabel.



1- Internalizar el envasado de los productos con etiqueta Ecocert

Desde 2022, todas las líneas de nuestra planta de Noyelles-lès-Seclin (Francia - 59), excepto una, son capaces de envasar productos certificados Ecocert.

De este modo, hemos pasado de 4 a 8 líneas para el envasado de productos etiquetados en este centro industrial y ahora podemos envasar todos los formatos. Además, 3 productos de la gama

Starwax Soluvert, cuyo envasado era antes subcontratado, se fabrican ahora íntegramente en nuestras instalaciones, con lo cual mejoramos su huella de carbono.



2- Obtener la certificación Ecocert para las nuevas referencias

Las certificaciones emitidas por Ecocert garantizan y valoran las mejores prácticas medioambientales.

Cumplir con las drásticas especificaciones que impone este estándar nos obliga a encontrar soluciones eficaces para nuestras nuevas formulaciones. Y Esto es lo que logramos en el 2022 con nuestro jabón de Marsella Briochin, al que sustituimos el perfume de síntesis

por un perfume 100% de origen natural, y también con nuestra espuma superactiva para insertos de cristal, en la que hemos sustituido los disolventes petroquímicos y el EDTA (agente secuestrante químico), poco biodegradables.

→ En el 2022,
20%
de nuestra facturación se logró con la venta de productos ecocertificados.

Resultados: formulaciones más respetuosas y eficacia reforzada.

NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

X2

la facturación generada por la venta de productos certificados (Ecocert, Ecolabel, FSC...)

→ Proponer más de

200

referencias ecocertificadas en nuestro catálogo



3- Ser los precursores de una detergencia con etiqueta en España

En el 2022, obtuvimos en España los primeros certificados Ecolabel para una gama de detergentes y lavavajillas de la marca Respect. Esto supone un esfuerzo innovador en un país como España donde las etiquetas ecológicas están poco extendidas. El desarrollo de estos productos ha sido todo un reto para compaginar los requisitos ecológicos de la esta etiqueta con las distintas pruebas dermatológicas e hipoalergénicas.

ENTREVISTA

.....

Una nueva gama de productos concentrados

en *Jacques*
Briochin
droguiste depuis 1919



En el 2022, Briochin lanzó una innovación muy destacada en el mercado de los productos de limpieza. Valiéndose de su experiencia centenaria, la marca ha concentrado la eficacia natural de sus ingredientes de antaño (bicarbonato, cristales de sosa, ácido cítrico) en pequeñas cantidades de polvos predosificados.

¿Por qué se ha lanzado el formato en dosis?

Tenemos como misión proponer soluciones de limpieza de eficacia probada, al mismo tiempo que limitamos el impacto sobre el medio ambiente. Ahora bien, hemos comprobado que muchos consumidores utilizan más producto del necesario para la limpieza, lo cual tiene un impacto en el medio ambiente. Para afrontar esta cuestión, hemos desarrollado soluciones en forma de polvos predosificados, más concentrados en activos de origen natural.

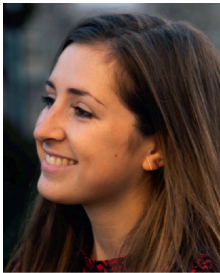
¿Cuáles son las ventajas de estas monodoses?

¡Son muchas! En primer lugar, estas monodoses son tan eficaces como sus correspondientes productos diluidos: los polvos predosificados están formulados en base a tres ingredientes antiguos que han demostrado su eficacia:

el ácido cítrico, los cristales de sosa y el bicarbonato de sosa. Además, se basan en ingredientes de origen natural: los nuevos polvos para diluir están compuestos por al menos un 91% de ingredientes de origen natural y vienen envasados en bolsitas hidrosolubles que se diluyen en el agua. Están certificadas EcoCert. Son muy fáciles de usar: sólo hay que echar el polvo predosificado, envuelto en su película hidrosoluble, en la cantidad justa de agua para obtener el producto de limpieza. Han sido ecodiseñadas: esta nueva gama evita el transporte de agua, lo cual reduce la huella de carbono de estos productos de limpieza doméstica. Asimismo, con estas monodoses se limitan los bidones de plástico ya que sus envases son de cartón reciclable. Finalmente, son económicas: un pack de 9 monodoses equivale a 3 botes de 750 ml, ¡ocupando el espacio de uno solo en el armario!



Gwladys LE DIOURON
DIRECTORA DE PROYECTO I&D EN BRIOCHIN



Amélie GABAY
DIRECTORA DE PRODUCTO DE MANTENIMIENTO EN BRIOCHIN

¿Qué productos están disponibles en monodosis?

Hemos trabajado en primer lugar en los productos más utilizados a diario: Multiusos & Fregasuelos con bicarbonato sódico, Desengrasante de Cocina con cristales de sosa, Desincrustante de Baño con ácido cítrico.

¿Cuáles son las perspectivas para el futuro?

Estamos trabajando en la ampliación de nuestra gama de recargas (detergente, lavavajillas a mano, jabón de manos) para reducir el uso de plástico desechable por parte de los consumidores. También estamos sensibilizando y formando al equipo de marketing en comunicación medioambiental para informar a los consumidores con total transparencia sobre nuestros productos.

ENTREVISTA



Marie-Pierre, **VANHELST**
GERENTE DE MARKETING
EN BRUNEL

Una nueva gama eco-responsable



En enero de 2022, lanzamos una nueva gama de productos eco-responsables tan eficaces como los productos tradicionales, "Starwax Soluvert". Así pues, 19 productos de limpieza fueron lanzados en tiendas de bricolaje y droguerías.



Esta nueva gama ha sido formulada con ingredientes cuidadosamente seleccionados:

- **Materias activas procedentes de la naturaleza: vegetal, mineral, pero también enzimas y microorganismos.**
- **Perfumes naturales seleccionados por su durabilidad**
- **Una alta concentración para aumentar la eficacia**
- **Fórmulas ecocertificadas**

¿Por qué emprender este proyecto en el 2022?

Starwax ha forjado su reputación sobre la eficacia de sus productos. Marca líder en su mercado especializado, tiene la responsabilidad de proponer soluciones cada vez más eficaces que respondan a las expectativas de los consumidores, y esto es lo que hacemos día tras día mediante la evolución de nuestros envases y nuestras fórmulas. El objetivo, a través de Starwax Soluvert, es proponer productos tan eficaces como la gama clásica, pero con una base natural. Nos hemos centrado en una veintena de productos estrella que nos han servido de referencia: nuestras fórmulas Soluvert equivalentes están compuestas en más de un 95% por ingredientes de origen natural, son ecocertificadas

tan pronto como es posible y se presentan a un precio similar. De esta forma, el consumidor tiene la posibilidad de elegir entre su producto convencional y una alternativa más virtuosa y con una eficacia equiparable. Contamos con la confianza que tienen en Starwax para probar los nuevos productos que, estamos seguros, les convencerán.

¿Cuáles han sido las mayores dificultades?

La primera fue comprender plenamente lo que motiva y lo que frena a los compradores de productos de limpieza en las Grandes Superficies de Bricolaje frente a los productos ecológicos, con el fin de establecer nuestras especificaciones. La segunda, no menos importante, fue formular "lo justo" para conciliar



a la vez nuestra exigencia de eficacia, satisfacer los criterios Ecocert y permanecer en un nivel de precio comparable al de nuestros productos clásicos, y esto en un contexto complejo

(covid, escasez...). Las materias primas naturales suelen ser más caras que las sintéticas. La tercera fue convencer a nuestros distribuidores de posicionar nuestros productos con los mismos precios que nuestros productos «de referencia» e insertarlos por unidades de necesidad (junto al producto "clave") y no en una sección separada de productos "verdes".

¿Cuáles son las perspectivas / objetivos para el futuro?

Nuestro objetivo es ampliar nuestra oferta eco-responsable y estamos impacientes por ver los resultados de esta gama. Proseguimos nuestras investigaciones y pronto lanzaremos nuevas referencias, alternativas a otros productos "clave".

¿LO SABÍA?

La etiqueta Ecocert garantiza fórmulas con un mínimo de 95% de ingredientes de origen natural, sin OMG, sin colorantes, sin perfumes sintéticos, sin parabenos y sin fenoxietanol. Esta etiqueta también garantiza unos procesos de transformación y fabricación más respetuosos con el medio ambiente.

Prohibir sustancias nocivas



Cada día se identifican nuevas sustancias nocivas para la salud de las personas. Conscientes de nuestro papel, trabajamos en estrecha colaboración con nuestros socios para eliminar todas las sustancias controvertidas de nuestras fórmulas, ya antes de que la normativa lo impusiera, y analizamos minuciosamente cada nueva materia prima utilizada en nuestros productos.

1- Optimizar nuestras fórmulas

Modificar nuestras fórmulas que contengan productos potencialmente nocivos para la salud es una de nuestras prioridades. Por eso, en el 2022 reformulamos varios productos en este sentido. Por ejemplo:

→ La piedra multiusos Briochin

Los materias controvertidas han sido sustituidas por una arcilla, el caolín, procedente de Bretaña, y por polvo de mármol procedente de Francia (el caolín estaba presente en la fórmula inicial, pero en cantidades muy reducidas). Los tensioactivos etoxilados también han sido sustituidos por jabón negro fabricado en Saint Brandan. Resultados: un producto dos veces más eficaz, sin alérgenos ni productos alergénicos etiquetados y eliminado de la clasificación CLP.

→ El Especial Limpiacristales y Espejos de Starwax

Nuestro primer objetivo era eliminar una sustancia potencialmente cancerígena. La nueva fórmula, compuesta al 98% por ingredientes de origen natural y certificada Ecocert, es también más desengrasante y respetuosa con el medio ambiente.



→ Aerosoles K.PRO a base de piretro

Para nuestra marca K.PRO, hemos reformulado nuestra gama de aerosoles a base de piretro, un ingrediente activo vegetal. Así, estos productos han pasado de una base disolvente a una base acuosa, lo que reduce su peligrosidad.



NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

100%

de las referencias formuladas en nuestro catálogo están exentas de sustancias controvertidas

ENTREVISTA

.....

Una clasificación drástica de nuestras materias primas



En España, en Oro Brands, hemos establecido un código de conducta con nuestros proveedores. De esta forma, analizamos todas las nuevas materias primas que se incluyen en la composición de nuestras fórmulas, ya sean de nuevos proveedores o de nuestros colaboradores de toda la vida. Esto nos ayuda a elegir ingredientes más respetuosos con las personas y el planeta y eliminar aquellos que no lo son. Para ello nos basamos en una lista llamada OROGreen. Esta lista ha sido establecida por los departamentos de I+D y de Normativa para identificar todas nuestras materias primas y su clasificación.



Marisa CANELLAS CARDONA
RESPONSABLE DE I&D EN ORO BRANDS

¿De qué manera se definieron los ingredientes de la lista OROGreen?

Comprobamos, para todas nuestras materias primas, su clasificación y las cantidades que utilizamos en nuestros productos. Establecemos una lista prioritaria empezando por las materias primas de gran consumo y mala clasificación.

¿Cuántos ingredientes contiene esa lista?

Gracias a esta lista, hemos podido determinar que alrededor del 15% de nuestras materias primas actuales podrían ser sustituidas por alternativas más sostenibles.

¿Cómo proceden ustedes para conformarse a la lista?

Nuestra prioridad consiste en sustituir las materias primas controvertidas manteniendo el mismo nivel de eficacia de nuestras fórmulas. Cuando esto no es posible, reducimos las cantidades que usamos, teniendo siempre presente la necesidad de preservar la calidad de nuestros productos.

¿Puede darnos un ejemplo concreto de las acciones llevadas a cabo?

Pues hemos trabajado por ejemplo en los opacificantes. Esta es una materia prima difícil de eliminar, incluso después de ser tratada en plantas depuradoras. Hemos reducido las dosis en nuestros productos. En segundo lugar, estamos intentando sustituir estos ingredientes por otras materias primas mejor clasificadas. El estudio sobre este segundo punto está aún en curso.

¿LO SABÍA?

Son muchas las normativas que regulan las sustancias peligrosas. A nivel europeo, el reglamento REACH nº1907/2006, artículo 33, recoge 224 sustancias denominadas SVHC (sustancias extremadamente preocupantes) con objeto de garantizar que se comunique su presencia a los consumidores. Nuestro grupo se compromete a revisar regularmente esta lista para velar por el estricto cumplimiento de la normativa e incluso va más allá al eliminar el máximo posible de sustancias controvertidas antes de que la normativa lo exija.

Fomentar un consumo responsable

Desde la creación del Grupo, trabajamos a diario para proponer soluciones de limpieza, mantenimiento y control de plagas lo más sostenibles posible. Este compromiso está en nuestro ADN. Para ir aún más allá, nos hemos comprometido a emprender acciones de información y sensibilización sobre el consumo responsable.



NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

→ Utilizar como mínimo el

50%

de envases de plástico reciclado



1- Informar sobre la composición de nuestras fórmulas

La composición de los productos químicos puede ser controvertida. Para informar a los consumidores con total transparencia y explicarles qué contienen nuestras fórmulas, hemos iniciado una labor sustantiva de educación sobre nuestros envases de la marca Briochin.

Desde 2019, hemos introducido en todas las etiquetas de nuestros productos la inserción "mi composición con total transparencia" acompañada de consejos y trucos de uso. El objetivo: proporcionar información y seguridad a los consumidores.



2- Sustituir el plástico virgen por plástico reciclado

Porque queremos predicar con el ejemplo, aparte de la reducción de nuestros volúmenes de envases, estamos trabajando para modificar su composición, sustituyendo el plástico virgen por plástico reciclado, siempre que sea posible.

Por ejemplo, en Briochin, la proporción de envases de HDPE que contienen plástico reciclado en nuestra cartera ha pasado de 62% a 95% en un año. Nuestro objetivo para 2025: reducir aún más la proporción de plástico virgen en los envases de todo el grupo y lograr que el 50% de nuestros envases de plástico sean de plástico reciclado en todas las marcas del grupo.

→ Fomentar **UN CONSUMO RESPONSABLE** para todas nuestras marcas

→ Establecer un perfil de sostenibilidad para al menos el **50%** de nuestros productos



3- Lanzar una nueva oferta "A Granel en Casa"

En el 2020, lanzamos en las tiendas distribuidores de productos de limpieza a GRANEL Este año, hemos lanzado una oferta "A granel en casa" con la marca Starwax Soluvert, gracias a nuevos formatos de eco-recargas flexibles de 3L.

Estas recargas permiten reducir hasta un 88% el plástico presente en los envases con respecto al uso de envases individuales. Esta nueva gama de productos utilizados a diario (lavavajillas, alcohol doméstico, vinagre y jabón de Marsella) ofrece muchas ventajas: además de ser un formato en el que se ha reducido el plástico, está compuesta por fórmulas tan eficaces como las

clásicas y con más de un 95% de ingredientes de origen natural. Por último, ha obtenido la certificación Ecocert.

→ Un ahorro de **6,5 toneladas** de plástico virgen al año gracias al lanzamiento de "A Granel en Casa".



4- Implicarse en el programa europeo "La Carta de la Limpieza Sostenible 2020 +"

Oro Brands está comprometido desde 2018 con el programa europeo "La Carta de Limpieza Sostenible 2020 +". Esta certificación fue establecida por la Asociación Internacional de Jabones, Detergentes y Productos de Mantenimiento (A.I.S.E).

Esta etiqueta indica a los consumidores que los productos se ajustan a los criterios de la Carta de Limpieza Sostenible. La empresa adherente se compromete entonces a emprender acciones que respeten las 12 temáticas identificadas por la Carta (materias primas, seguridad en el trabajo...) También certifica que los productos responden a unos elevados estándares en todos los criterios

considerados prioritarios, entre los cuales el uso de materiales orgánicos biodegradables o también el uso sostenible y con toda seguridad del producto. Esta Carta es una iniciativa voluntaria de la industria lanzada para impulsar la adopción de prácticas que favorezcan un desarrollo sostenible en todas las fases del ciclo de vida de un producto.



ENTREVISTA

Un nuevo centro de ecodiseño

en *Jacques* **Briochin**
draquiste depuis 1919



Jodie LE GUENNIC
INGENIERA DE
PACKAGING
ECODISEÑO
EN BRIOCHIN

¿Por qué se inició este proceso?

Hemos estado siempre muy comprometidos con la economía circular: desarrollo de recargas para nuestros productos, soluciones en monodosis para garantizar la cantidad justa de activos, fórmulas en sólido o en polvo para limitar el consumo inútil de agua, etc.

Este planteamiento forma parte de nuestro ADN. Por eso nos pareció lógico que, para cumplir totalmente con nuestro compromiso, integráramos el ecodiseño en nuestros envases. El principal objetivo era reducir el impacto medioambiental de nuestros productos, pero también proponer a nuestros consumidores productos adaptados a sus valores.

La mentalidad de economía circular es una actitud que deseamos transmitir a nuestros colaboradores, concretamente a través del proceso de ecodiseño de nuestros productos. Nuestro deber no se detiene aquí: sensibilizar y acompañar a los consumidores en estas prácticas es también nuestra responsabilidad. La educación por medio de la comunicación medioambiental también forma parte integrante de nuestro proceso de ecodiseño.

¿Cuál es su mayor orgullo?

¡El sentido común! De hecho, nuestros equipos siempre buscan desarrollar productos y orientar sus proyectos conservando el buen sentido común de siempre.

Por ejemplo, nuestro lavavajillas de toda la vida, cuya fórmula se basa en el poder desengrasante del jabón negro y es muy concentrado, fue propuesto desde el principio con una bomba dosificadora para evitar el derroche. Este producto, que es todo un referente en su sección, ha sido incluso elegido "Producto del Año 2022".

NUESTRO OBJETIVO PARA EL 2025

- Formar a nuestros colaboradores en ecodiseño
- Realizar evaluaciones medioambientales de nuestros productos mediante el ACV (análisis del ciclo de vida) para priorizar las acciones a desarrollar.
- Aumentar la proporción de envases reciclables, reciclados o reutilizables en nuestro catálogo.
- Sensibilizar a nuestros consumidores sobre su impacto y ayudarles a adoptar un comportamiento más ecociudadano.

Un ejemplo concreto de ecodiseño

→ Para mejorar la reciclabilidad de las botellas Briochin negras, hemos eliminado el perturbador de clasificación. Efectivamente, el pigmento negro del carbono perturba el reciclado. Eliminando este pigmento, hemos mejorado los resultados de la clasificación. Una vez encontrada la solución de sustitución (para seguir conservando este color negro), se realizaron pruebas en condiciones reales en los centros de clasificación de residuos y obtuvimos el certificado de Apto para ser clasificado.



COMPROMETERSE con nuestros colaboradores

→ actuar para un mayor bienestar
en el trabajo

“



Julien **DELESALLE**
DIRECTOR ADMINISTRATIVO
Y FINANCIERO

Nuestros empleados son nuestro bien máspreciado. Conscientes de esta fuerza, procuramos, día tras día, **garantizar su seguridad y favorecer el desarrollo de nuestros equipos** en el trabajo.

Concretamente en el 2022, asumimos un compromiso muy importante, que muy pocas empresas francesas de nuestro tamaño se han atrevido a asumir: el **reparto de valor con nuestros empleados**. Ahora, cada empleado es accionista de nuestro Grupo y se beneficia así de los frutos de nuestro éxito colectivo.

El 2022 ha sido asimismo el año de la descentralización, dotando a cada BU (Business Unit = Unidad de Negocio) de mayor autonomía, también el año de

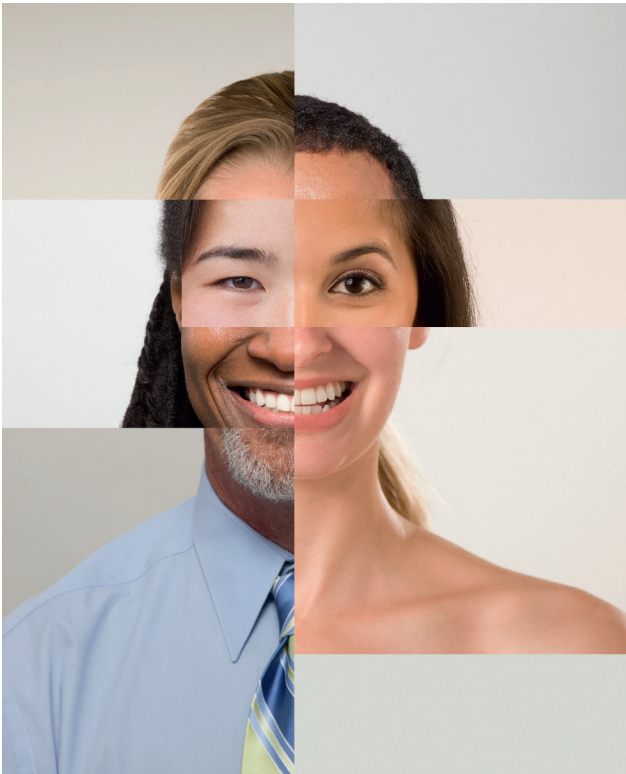
la formación de todos nuestros directivos hacia una gestión positiva, y un año de promoción interna sin precedentes.

Todos ellos elementos destacados que ilustran **nuestro deseo de hacer crecer a nuestros colaboradores y a cada una de las empresas de nuestro Grupo**, respetando su identidad y sus particularidades. El 2023 será un nuevo año de compromisos, con **la continuación, en particular, de nuestras actuaciones en pro de la formación y de la representatividad de la mujer en nuestra plantilla**, sin olvidar nuestra primera participación en la clasificación de referencia internacional **Great Place to Work**.

.....

Hacer que nuestra empresa sea accesible para todos

La industria es un sector mayoritariamente masculino que puede parecer poco atractivo para la población femenina. Conscientes de este hecho, estamos llevando a cabo una serie de iniciativas en pro de la igualdad entre hombres y mujeres, mientras procuramos integrar a más mujeres en nuestra plantilla. Asimismo, trabajar con productos químicos o en una línea de producción puede parecer poco adaptado para personas con discapacidad. Sin embargo, estamos tratando de aumentar nuestro número de empleados con discapacidad o, para los puestos más difíciles de adaptar, recurrimos a los CAT (Centro de Ayuda al Trabajo).



1- Establecer un plan de igualdad entre mujeres y hombres

Las mujeres que ocupan puestos directivos representan actualmente el 50% de nuestra plantilla. Para permitir a todas nuestras empleadas realizarse en el trabajo y atraer aún más talentos femeninos, actuamos en pro de la igualdad de género en todas las empresas del Grupo. Por ejemplo, en España, Oro Brands ha

definido un plan de igualdad identificando sus áreas de mejora y aplicando un plan de medidas correctivas en el seno de la empresa. El objetivo para 2025 es, efectivamente, aumentar el número de mujeres directivas en la empresa y desarrollar un plan de igualdad que trascienda las obligaciones normativas.

2- Aumentar nuestra colaboración con los Centros de Ayuda al Trabajo

En nuestro sector de actividad, el trabajo es a veces difícilmente adaptable a las personas con discapacidad. Para paliar esta dificultad y permitir que los trabajadores con discapacidad tengan acceso al empleo, hemos desarrollado

colaboraciones con dos Centros de Ayuda al Trabajo (CAT). Estos centros acogen a 300 personas con discapacidad intelectual que participan en diversos trabajos de envasado y el cumplimiento normativo.

3- Hacer más atractivas las profesiones de la industria

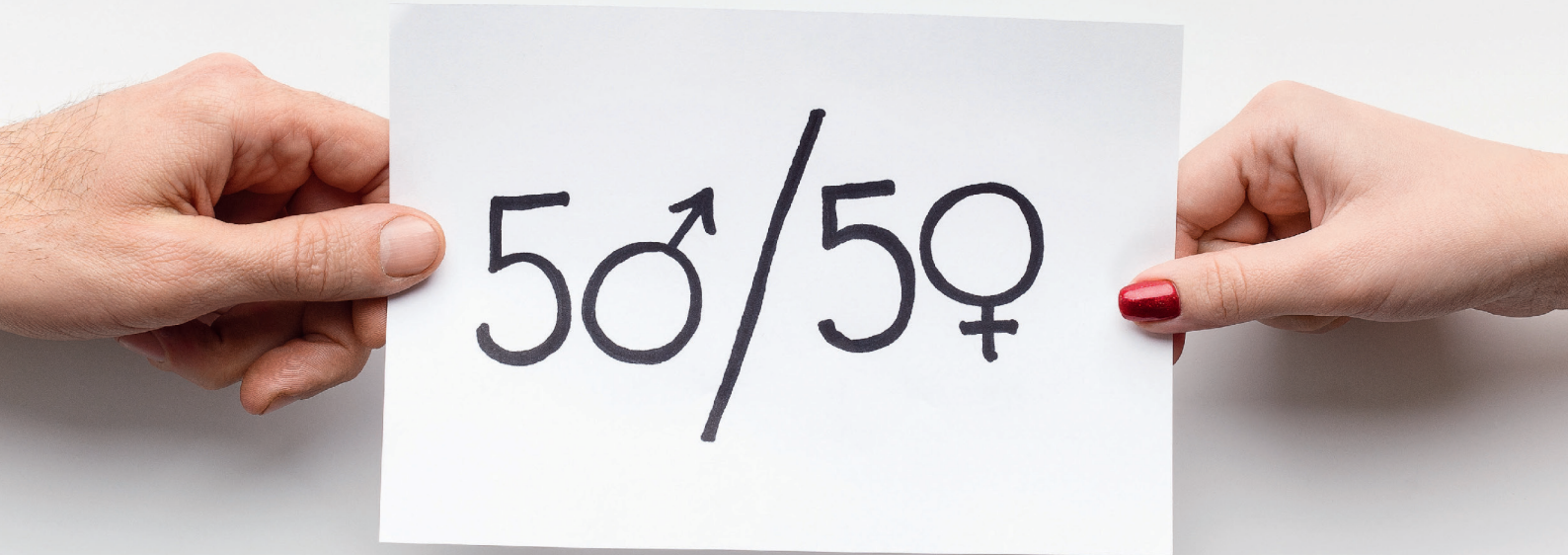
El sector industrial en su conjunto está teniendo dificultades para atraer talentos. Nuestro Grupo no es ninguna excepción. Para potenciar nuestras profesiones y permitir que los jóvenes las descubran sin temor, participamos en varias iniciativas, como el "job dating" (cita de trabajo) sobre "Profesiones de

la Industria" en Saint Briec para Briochin, y mantenemos una estrecha colaboración con "Pôle Emploi" (Polo Empleo) y otros interlocutores en materia de empleo, especialmente estructuras de apoyo a personas en situación de reinserción o muy alejadas del mundo laboral.

4- Compartir el valor de la empresa con nuestros colaboradores

En septiembre de 2022, se desarrolló una operación de asignación de acciones gratuitas para todos nuestros empleados. Gracias a este plan democrático, todos nuestros colaboradores han tenido la oportunidad de ser accionistas del Grupo. Por lo tanto, se beneficiarán del reparto de valor cuando

nuestro accionista ceda sus partes de Altair, siempre y cuando se cumplan las condiciones reglamentarias. Estamos orgullosos de ser una de las primeras empresas francesas que pone en práctica este tipo de plan, que permite un reparto más amplio y justo de la creación de valor.



NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

→ Mantener una representación más equilibrada entre mujeres y hombres, con al menos un

50%
de mujeres directivas

→ Compartir el valor de la empresa con el

100%
de nuestros colaboradores



ILS ONT LE POTENTIEL,
DONNEZ-LEUR L'ÉLAN!

ENTREVISTA

Brunel, socio del programa Emergence de la asociación ARELI

Brunel participa desde hace varios años en el programa Emergence de la asociación ARELI. De esta forma, la empresa pretende fomentar la inserción laboral de jóvenes con talento procedentes de colectivos desfavorecidos.

En el contexto de esta colaboración, ayudamos desde hace dos años a Chayma Smaili, estudiante de la ESTICE International Business School, mediante una beca, acceso a una red profesional y coaching de larga duración.

¿Por qué te has unido al programa Emergence de Areli?

Me inscribí en el programa Emergence con el fin de obtener apoyo financiero durante mi escolarización, pero también y sobre todo para obtener apoyo humano. Gracias a esta red, estoy apadrinada por Laurence Impens, jefa de marca en Brunel. Este acompañamiento es de gran ayuda en mi día a día profesional: Laurence me está ayudando a construir poco a poco mi futuro laboral permitiéndome, por ejemplo, visitar su empresa para descubrir el sector in situ. También se trata de un acompañamiento humano, ya que me llama a menudo para ver si todo va bien y está muy presente para mí, cosa que me conmueve y me reconforta enormemente. Por ahora, me inclino principalmente por empleos en el ámbito de los RRHH. Espero descubrir todo ello más en profundidad para estar segura de mi elección. El sector de las compras también podría ser una opción.

¿Cómo transcurren tus estudios y tu acompañamiento con ARELI?

Mis estudios van súper bien. El apoyo de ARELI permite que tengamos acceso a ofertas de empleo, a prácticas, a programas de alternancia estudio-trabajo e incluso a acompañamiento escolar. En definitiva, es muy completo y útil para los estudiantes.

¿Qué te aporta el seguimiento con la empresa que te apadrina?

Este seguimiento me aporta una apertura real al mundo profesional. Tengo sed de conocimiento y descubrimiento. Es una suerte enorme contar con una madrina que trabaja en una empresa, pues me permite descubrir las distintas profesiones y plantear mis preguntas a profesionales experimentados en la materia. Este seguimiento me permite concretar, a lo largo de los años, mis opciones profesionales.



Chayma **SMAILI**
JOVEN TALENTO
ORIENTADO POR
NUESTROS EQUIPOS

“

Es una bonita experiencia humana que permite crear una nueva relación e interacciones positivas. ¡Es muy emocionante!”

Laurence **IMPENS**
JEFA DE MARCA
EN BRUNEL
Y MADRINA
DE CHAYMA

EL PROGRAMA EMERGENCE

→ Impulsado por la asociación ARELI, el programa Emergence permite a jóvenes talentos procedentes de sectores modestos cursar los estudios que desean (a menudo largos, selectivos y/o caros) y construirse un futuro profesional que se corresponda con su potencial y ambición. Becas, acceso a una red profesional, coaching de larga duración... Todas estas palancas se movilizan para el éxito de estos jóvenes talentos.

Mejorar la calidad de vida en el trabajo



Nuestro papel como empresarios es acompañar a nuestros empleados y ofrecerles las mejores condiciones de trabajo para que se sientan realizados, para que rindan al máximo y para que otros talentos deseen unirse a nosotros. Invertir en las líneas de producción, llevar a cabo estudios precisos de los puestos de trabajo de nuestros empleados, organizar acciones solidarias, realizar una encuesta social anual... son todas actuaciones que se desarrollan en el grupo, para y con nuestros equipos.



1- Mejorar el confort de los equipos en nuestras líneas de producción

El trabajo en la línea de producción puede resultar penoso y limitante. Por eso, para mejorar el confort de los equipos en nuestros centros de producción, hemos invertido en nuestras instalaciones. Por ejemplo, en Oro Brands se han equipado con aire acondicionado las líneas de aerosoles, famosas por generar mucho calor. También hemos llevado a cabo un proyecto de encajonadoras automáticas para que

el trabajo al final de la línea sea menos pesado. Finalmente, en Briochin, hemos modernizado la unidad de fabricación dedicada a la producción de nuestras piedras de limpieza y de nuestros jabones negros blandos, productos emblemáticos de la marca. Esta modernización nos permitirá mejorar las condiciones de trabajo de nuestros empleados: ruptura de carga, penosidad del trabajo, productividad, etc.



2- Implicarse en el voluntariado por medio de iniciativas solidarias

Mejorar la calidad de vida en el trabajo también implica emprender acciones solidarias y unificadoras. Es por ello que en el 2022 iniciamos una colaboración entre Brunel y la asociación «Les Bricos du Coeur». Esta asociación tiene por vocación "ayudar

a los que ayudan" mejorando el entorno de estas estructuras sociales (asociaciones, fundaciones, EHPAD, hospitales, etc.). Es así como unos treinta empleados han podido participar en actividades solidarias de bricolaje durante todo un día, en su horario laboral.



Encuesta anual "HappyIndex® AtWork"

Acompañar a los empleados del Grupo Altaïr y ofrecerles el mejor entorno de trabajo posible es un pilar fundamental de nuestra filosofía y de nuestros valores. Desde hace 3 años, estamos comprometidos con el proceso "HappyIndex® AtWork" (Índice de felicidad en el trabajo) y consultamos cada año a nuestros empleados sobre cómo se sienten en el trabajo. En el 2022, el índice de participación en la encuesta fue de 70,5% y la puntuación global de 3,92 sobre 5. Nuestro objetivo para el año 2025 es obtener una nota superior a 3 en el estudio Great Place To Work®.



Emilie **SAPELIER**
DIRECTORA DE RECURSOS HUMANOS EN BRUNEL

¿Por qué se ha implicado en este estudio de HappyIndex® AtWork?

Ofrecer un entorno de trabajo agradable a nuestros trabajadores es una de nuestras prioridades constantes. Para poder evaluar la situación y, sobre todo, para saber qué aspectos teníamos que trabajar, necesitábamos indicadores fiables y constantes. Por eso recurrimos a la encuesta "HappyIndex® AtWork" que realizamos todos los años.

las áreas identificadas por la encuesta. Para cada una de las áreas de desarrollo prioritarias, trabajamos en subgrupos con los empleados de cada departamento para recomendar algunas acciones: ¿qué necesito para sentirme mejor?, ¿qué puedo yo aportar?, ¿qué puede aportarme la empresa para mejorar estas áreas?... De este modo, cada empleado aporta su granito de arena a la mejora de la calidad de vida en el trabajo dentro de la empresa.

¿Cómo se utilizan los resultados de esta encuesta?

Esta encuesta nos proporciona una visión precisa de las áreas en las que podemos mejorar y nos brinda la oportunidad de desarrollar un proyecto de equipo. Efectivamente, tras presentar los resultados en cada departamento, organizamos seminarios para trabajar en

→ En el 2022, nuestra nota en el HappyIndex® AtWork era de

3,92/5

Happyindex®
AtWork

LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA 2022

- El 84% de nuestros colaboradores se sienten orgullosos de nuestros productos
- El 78% de nuestros colaboradores encuentran sentido a lo que hacen todos los días
- El 73% de nuestros colaboradores están satisfechos de la manera en que concilian su vida profesional y personal.
- El 75% de nuestros colaboradores señala que existe un gran respeto por la diversidad (orígenes, creencias, identidades...)
- El 70% de nuestros colaboradores está orgulloso del compromiso de la empresa con los retos sociales y medioambientales actuales

Proteger a nuestros equipos



Es nuestra prioridad proteger a nuestros equipos, aquellos que están en contacto con productos químicos, por supuesto, pero también a todos los demás. Hemos puesto en marcha numerosas acciones con este fin, como los equipos de protección, la formación, la inversión en nuestros centros de producción, etc., y además las reforzamos año tras año para garantizar la seguridad de nuestros empleados en cada una de nuestros centros.



1- Estudiar los riesgos de cada puesto y corregirlos

Una buena calidad de vida en el trabajo supone poder desarrollar nuestras tareas con toda seguridad. Para lograrlo, procuramos ofrecer unas condiciones de trabajo óptimas a nuestros empleados. Por ejemplo, en Briochin se realizó en el 2022 un gran estudio de los puestos de trabajo en colaboración con el servicio de salud ocupacional de Saint Brieuc. ¿El objetivo

de este estudio? Conocer de forma real y precisa las características de cada tarea para adaptar ergonómicamente los puestos de trabajo a todos los empleados que trabajan en ellos. Una vez realizado el análisis, se proponen mejoras y adaptaciones de los puestos de trabajo, medidas de protección individual o colectiva y formación.



2- Contratar responsables y monitores de seguridad

Para garantizar la seguridad de nuestros equipos, hemos creado puestos de monitores y responsables de seguridad en Brunel, Oro Brands y, más recientemente, en Briochin. ¿El objetivo de estos puestos? Trabajar sobre el terreno, lo más cerca posible de nuestros empleados para garantizar su seguridad. La función de estos puestos consiste

en impulsar nuestra política de prevención de la seguridad con el fin de reducir los riesgos laborales y prevenir los accidentes de nuestros empleados. El programa incluye charlas, auditorías, seguimiento del plan de acción del Documento Único de Evaluación de Riesgos Laborales y sesiones de formación.

NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

→ Reducir un

40%

la frecuencia y severidad de los accidentes laborales



3- Formar a nuestros equipos y auditar nuestros centros

Nuestros equipos se ven sometidos a trabajos a veces peligrosos para la salud, a corto o largo plazo, como la manipulación de productos peligrosos, el transporte de cargas pesadas o el trabajo repetitivo. Para limitar al máximo todo riesgo de accidentes, formamos a nuestros equipos y adaptamos constantemente nuestros procesos. Por ejemplo, nuestros empleados reciben una formación continua sobre la calidad y seguridad de los productos y realizan auditorías internas con regularidad. En función

de los resultados de las auditorías, se crean unos KPI (indicadores clave de rendimiento) para medir las disconformidades y se introducen cambios en los procesos de manipulaciones peligrosas. Finalmente, en Oro Brands hemos creado un comité multidisciplinar de salud y seguridad para gestionar las mejoras y la formación y también para evitar los riesgos laborales. Este comité mantiene reuniones mensuales complementadas con auditorías mensuales de seguimiento de los indicadores de mejora.

ENTREVISTA

Obras de modernización en Brunel para la fábrica de Noyelles-lès-Seclin



Guillaume **SIDERI**
DIRECTOR DEL CENTRO INDUSTRIAL BU FRANCIA EN BRUNEL

Para limitar los riesgos industriales y mejorar el bienestar en el trabajo de los equipos del centro de producción de Noyelles lès-Seclin (Francia - 59), se vienen realizando importantes inversiones desde 2021 con una perspectiva de modernización industrial en un plazo de 4 años.

¿En qué han consistido exactamente las obras?

Con nuestro equipo de proyecto, tomamos una decisión atrevida: conseguir compaginar este proceso con las restricciones de nuestra actividad optando por una herramienta de fabricación homotética.

Hemos instalado una batería de 8 nuevas cubas de mezcla 100% automatizadas con un revestimiento interno muy técnico y específico. Esta nueva instalación nos permite ganar en agilidad y en flexibilidad y presenta numerosas ventajas:

- A partir de ahora podremos actuar con todo tipo de mezclas (sea cual sea el pH)
- Dispondremos de un sistema de limpieza automatizado que nos permitirá controlar nuestro consumo de agua de limpieza
- Nuestras operaciones de transferencia de ingredientes también

se harán de forma automática, lo cual permitirá reducir la penosidad del trabajo de los equipos y también aumentar la calidad de nuestros productos.

Los avances técnicos y humanos de hoy son los que nos permitirán alcanzar mañana la excelencia operacional. También hemos iniciado este proceso de modernización dentro de nuestra actividad de envasado. Tratamos de reducir los trastornos osteomusculares limitando el porte de cargas pesadas. Así pues, hemos instalado herramientas de ayuda a las personas. Intentamos de este modo identificar y limitar las tareas difíciles y sin valor añadido.

Todas estas nuevas tecnologías están al servicio de nuestros equipos, de la empresa y del Grupo.



Desarrollar las aptitudes de nuestros colaboradores

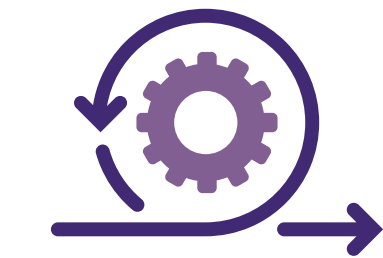
Una de nuestras funciones como empresarios es hacer crecer a nuestros colaboradores. Por eso, optimizar nuestros procesos y nuestras herramientas de Recursos Humanos ha sido el centro de nuestras acciones en el 2022. La asistencia y formación de directivos, el plan de gestión de los puestos y las competencias y el refuerzo de la integración de nuevos talentos han sido algunos de los proyectos de RRHH en el 2022.



1- Asesorar a los directivos para sus entrevistas anuales

Dirigir un equipo no siempre resulta fácil para aquellos que no han sido formados y preparados para ello. Por eso, para acompañar a los directivos de Brunel en sus funciones, hemos actualizado nuestro instrumento de entrevista anual, que por cierto celebró su 20º aniversario en el 2022. Este instrumento permite a los directivos entablar un diálogo con sus colaboradores para tratar temas como: las tareas, los resultados, la consecución de objetivos para el año transcurrido y la definición de los del año próximo. Con la actualización de este documento, hemos

querido también integrar los valores de la empresa, que ahora forman parte integrante de los objetivos de cada colaborador. El propósito de la entrevista anual es reconocer la contribución de cada empleado al éxito del Grupo Altaïr. Este año, el 90% de los empleados de Brunel han pasado una evaluación de rendimiento anual (el 10% restante se refiere a ausentes por enfermedad, por ejemplo). Esta entrevista está actualmente abierta a todas las categorías de empleados.



NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

→ Formar al

35%
de la plantilla
cada año



2- Establecer un plan de gestión de empleos y competencias

Para lograr una mayor adecuación entre las necesidades de la empresa en términos de gestión previsional de empleos y competencias de competencias y los recursos disponibles, hemos puesto en marcha una Gestión Previsional de Empleos y Competencias. Este mapeo permite hacer el balance de la situación actual por una parte, pero también anticiparse a las necesidades futuras para programar así las posibles contrataciones y la formación de los empleados. A esta GPEC se sumó una reescritura de la descripción de los puestos, permitiendo un desglose minucioso

de las tareas de cada persona en función de las necesidades de la empresa. Realizaremos en breve el mismo trabajo en las demás entidades del grupo. Estas acciones diversas tienen como objetivo anticipar los cambios entre departamentos, la movilidad de nuestros empleados dentro del Grupo y también identificar las necesidades de formación.

El **36%**
de los empleados
recibió capacitación
durante 2022.



3- Favorecer la integración de los empleados

Incorporarse en una empresa, incluso en un puesto conocido, nunca es fácil: nuevos procesos, nuevas herramientas... Para acompañar a nuestros nuevos talentos, concedemos especial importancia a su integración en el Grupo. Para ello hemos creado tutorías y también una estrategia de integración específica. Por ejemplo, en Briochin, los jefes de sector siguen un

proceso de integración de 10 días a su llegada. ¿El objetivo? Conocer a todos los departamentos de la sede y establecer vínculos con los equipos, así como reforzar el sentimiento de pertenencia a la empresa. Posteriormente, se realiza una visita a la fábrica y al centro logístico bretones.

PLAN DE DESARROLLO DE COMPETENCIAS DEL GRUPO ALTAÏR

Hemos llevado a cabo una gran campaña de desarrollo de competencias con los directivos del grupo... Más de 40 directivos recibieron una formación en el 2022. Los objetivos pedagógicos de estos 4 días de formación eran:

- Implicar a los equipos aportándoles un sentido
- Unificar los equipos en torno a los valores del grupo.
- Desarrollar el potencial de cada uno
- Permitir que cada colaborador encuentre su lugar y se sienta cómodo en su papel de directivo.
- Contribuir a que los directivos desarrollen sus aspiraciones directivas

Esta formación ha sido muy apreciada por nuestros colaboradores:

¿LO SABÍA?

La Gestión Previsional de Empleos y Competencias (GPEC) es un proceso de gestión de RRHH que tiene por objeto armonizar, a corto y medio plazo, los empleos, la plantilla y las competencias. Responde a una pregunta clave: "¿Cómo asegurarse de tener las competencias adecuadas en el lugar adecuado y en el momento adecuado?"



Una auténtica caja de herramientas bien estructurada para directivos, basada en la convivencia y la cohesión de los equipos.

Alexandre Dauchy

La formación me ha permitido volver a centrarme en mi función de directiva, y compartir este momento con otros colegas ha sido muy motivador.

Olivia Hallard

Unos buenos momentos de intercambio, un contenido muy enriquecedor, un formato que permite a todos sacar a relucir nuestros propios talentos en materia de gestión.

Alexandre Lipp

Una formación que analiza y desentraña las situaciones profesionales y las personas que involucradas en ellas y nos da las herramientas para gestionarlas lo mejor posible.

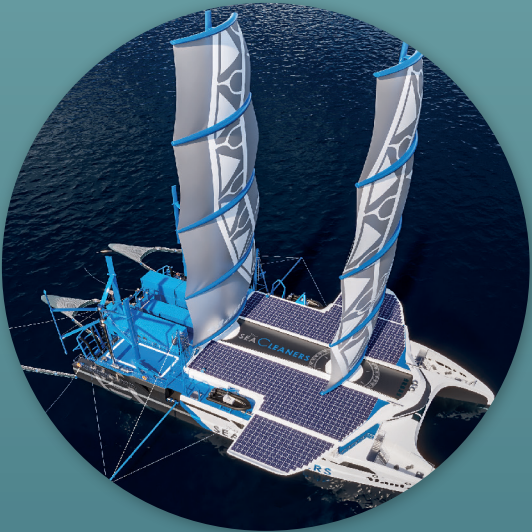
Rudy Lachevre

Comprometerse con el medio ambiente



AUSSI MANIAQUE
QUE VOUS

ON N'A PAS ENCORE
INVENTÉ LE PRODUIT QUI
NETTOIE LES OCÉANS.
THE SEACLEANERS, SI.



COMPROMETERSE PARA REDUCIR LA CONTAMINACIÓN POR PLÁSTICO DE LOS OCÉANOS CON THE SEA CLEANERS

Son muchos los compromisos que hemos adquirido en nuestra producción para reducir el uso de plástico virgen, Son muchos los compromisos que hemos adquirido en nuestra producción para reducir el uso de plástico virgen, pero aún nos parecen pocos ante la situación de emergencia climática y medioambiental. Por este motivo, apoyamos desde el 2020 a la asociación The SeaCleaners, cuya misión consiste en proteger los océanos de esta contaminación plástica.

Sea Cleaners actúa en 4 niveles:

- ➔ Innovación, a través del desarrollo del proyecto Manta, que pretende construir, de aquí al 2024 un catamarán capaz de recoger y recuperar grandes cantidades de residuos plásticos marinos.
- ➔ Sensibilización, a través de la transmisión de conocimientos sobre la protección de los océanos y la contaminación por plástico para impulsar el paso a la acción.
- ➔ Trabajos de campo organizando campañas de recogida de basura y fomentando la participación de los ciudadanos
- ➔ Información por medio del desarrollo de conocimientos científicos sobre las fuentes y el impacto de la contaminación por plástico.

Hemos elegido apoyar el proyecto Manta con el fin de participar en la construcción de un catamarán que «limpie» los mares y océanos. Aparte de nuestra actuación como patrocinadores, deseamos sensibilizar a nuestros clientes y consumidores con la causa organizando cada año una operación

comercial específica en septiembre. En el transcurso de la misma, destinamos a la asociación una parte de nuestros beneficios por las ventas de productos Starwax. En el año 2022 fueron casi 31 000 € los que se recaudaron para financiar este bello proyecto.

COMPROMETERSE PARA PRESERVAR LA BIODIVERSIDAD CON ECOTREE

Trabajamos en pro de la preservación de la biodiversidad junto a la asociación Ecotree desde el año 2021. Por ejemplo, contribuimos en la plantación de árboles en los bosques franceses con el fin de participar en los objetivos de neutralidad del carbono mundial.



AUSSI MANIAQUE
QUE VOUS



POUR LA PLANÈTE,
ON EN REMET
UNE SOUCHE.

À travers un partenariat avec EcoTree, nous sommes heureux d'avoir pu planter 2 000 arbres dans une forêt de la Creuse cette année. Une forêt que l'équipe EcoTree gère de manière durable, pour protéger la biodiversité et permettre d'absorber du carbone pendant les 40 prochaines années



Découvrez nos autres engagements pour la planète sur www.starwax.fr

➔ EcoTree es una empresa de gestión forestal que ofrece a los particulares y a las empresas la posibilidad de invertir en los árboles, la captura de carbono y la preservación de la biodiversidad.

En el 2022, quisimos ir más allá en nuestra colaboración. Así fue como participamos económicamente en un proyecto de restauración y valorización de 350.000 m² de humedales en Bretaña, en La Trinité-Langonnet (Francia - 56). Estas zonas son lugares esenciales para la existencia. En efecto,

el 40% de las especies animales y vegetales viven en este tipo de espacios. Y sin embargo, más de la mitad de los humedales de Francia desaparecieron entre 1960 y 1990. En la actualidad se han convertido en zonas escasas de una increíble riqueza para la biodiversidad francesa.



Comprometerse con las familias

COMPROMETERSE CON UCRANIA

Consternado por la situación de la población ucraniana desde el comienzo del conflicto con Rusia, nuestro Grupo, que está presente en Polonia con su filial Altair Este, ha querido comprometerse para apoyar tanto a los habitantes que se quedaron en el país como a los que decidieron huir del mismo.

Varias acciones se han llevado ya a cabo:

→ Lanzamos un llamamiento a las donaciones entre nuestros colaboradores, al que contribuyó el Grupo incrementando cada cantidad donada:

→ Más de

14 500€

donados a la Cruz Roja

Estas donaciones han permitido a la Cruz Roja llevar a cabo acciones humanitarias en Ucrania y los países vecinos (suministro de agua, productos de primera necesidad y material médico), facilitar el alojamiento de refugiados en Francia y el restablecimiento de los lazos familiares.

→ En colaboración con nuestro cliente Leroy Merlin, Altair East ha participado en el proyecto Starwax « wsparł projekt Fundacji » Leroy Merlin Polska. De este forma hemos contribuido al programa de repatriación de los «Polacos del Este» que se habían instalado en Ucrania. En concreto, una familia con numerosos hijos, que no podía permitirse ese traslado, recibió una vivienda renovada por parte del cliente. Altair East les ayudó a equiparse (ropa de cama, productos de limpieza, etc.).

→ Para satisfacer las necesidades de consumibles de los casi 100 000 ucranianos llegados recientemente a Francia, respondimos a la llamada de la Asociación Agence du Don en Nature para dotar a esta población de productos de limpieza. Es así como parte de nuestros productos no vendidos fueron redistribuidos a las asociaciones, esto es, más de 3.200 L de detergente y 2.700 L de lavavajillas.



COMPROMETERSE CON LOS NIÑOS ENFERMOS DE CÁNCER

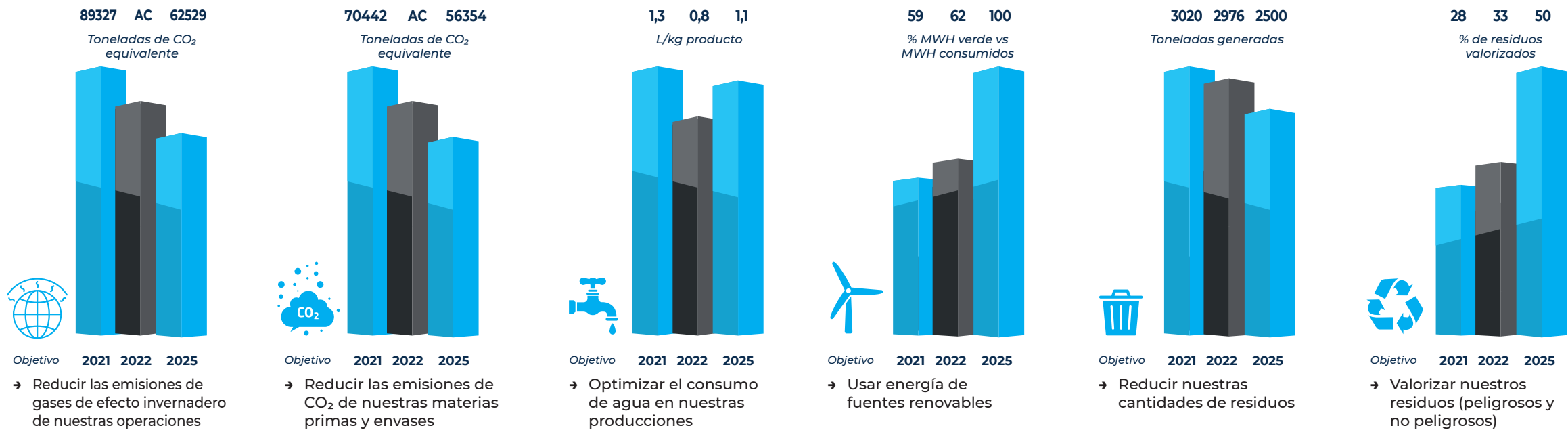
Altair East colabora desde el año 2020 con la fundación "Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową". Esta fundación tiene por objeto financiar el equipamiento que permite a los niños con cáncer recibir sus tratamientos en casa. Así, los más jóvenes evitan largas estancias en el hospital, lejos de sus familias. Donamos un zloty por cada quitamanchas Starwax vendido. Desde el principio de la colaboración, se han recaudado más de 185 000 zlotys en beneficio de la fundación.



HOJA DE RUTA 2022-2025

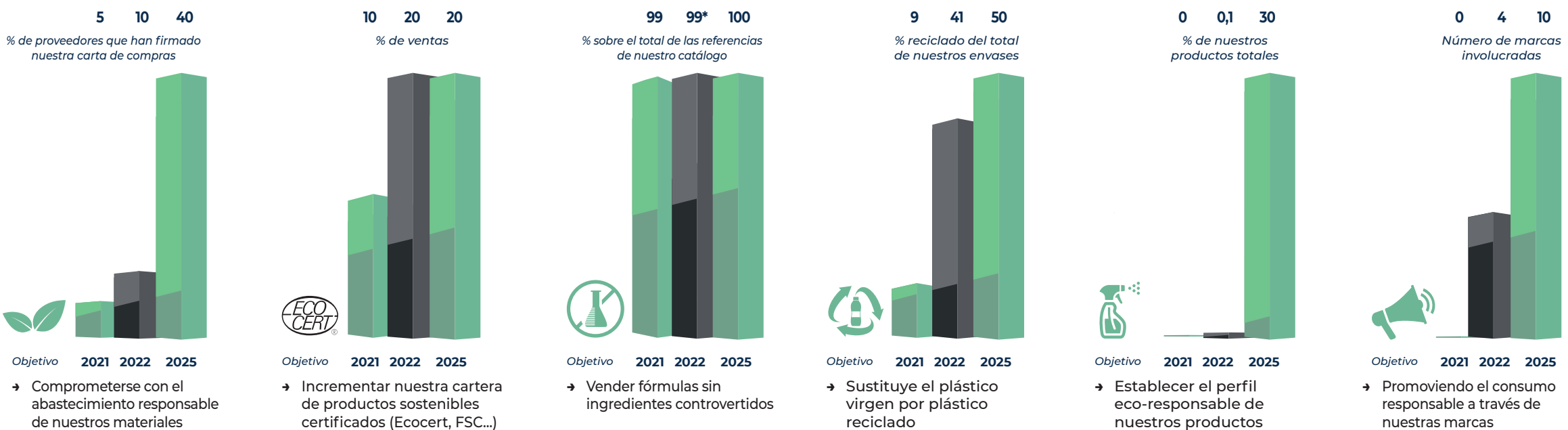
COMPROMETERSE con el planeta

Optimizar el uso de los recursos



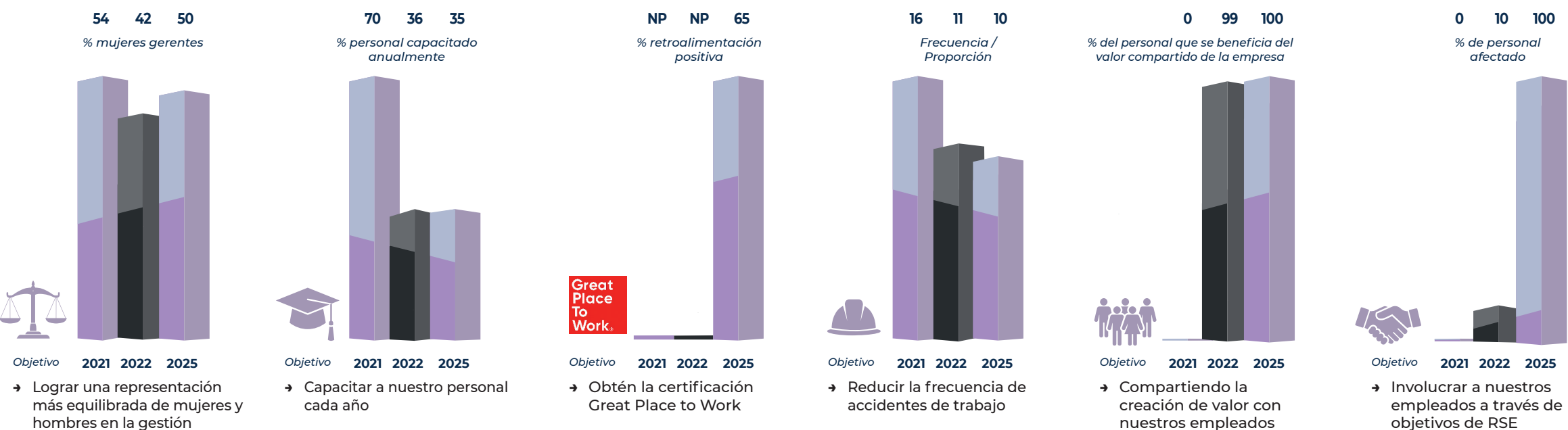
COMPROMETERSE con nuestros consumidores

Mejorar el perfil eco-responsable de nuestros productos



COMPROMETERSE con nuestros colaboradores

Actuar para un mayor bienestar en el trabajo



* Estimado por confirmar
AC A calcular en 2023
NP No preocupado



EMPRESAS DEL GRUPO ALTAIR

16, rue Harald Stambach - Z.I. de la Pilaterie - 59290 Wasquehal - Tél : +33 (0)3 20 43 21 80